

26.7.2024

Author

SANDBERG, Berit

Title

Möglichkeiten und Grenzen einer identitätsorientierten Markeneinführung für Hochschulen

Publication year

2006

Source/Footnote

In: Hochschulmanagement : HM ; Zeitschrift für die Leitung, Entwicklung und Selbstverwaltung von Hochschulen und Wissenschaftseinrichtungen. - 1 (2006) 3, S. 68 - 73

Inventory number

21989

Keywords

Hochschulmarketing ; Hochschule und Öffentlichkeit ; Hochschule : Wettbewerb